

Optimalisasi Manajemen Akun Youtube untuk Meningkatkan Branding dan Monetisasi

Rizaldi¹, Guntur Maha Putra², Wan Mariatul Kifty³

¹ Universitas Royal, Indonesia; rizaldipiliang.rp@gmail.com

² Universitas Royal, Indonesia; igoenputra@gmail.com

² Universitas Royal, Indonesia; kifti.inti@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords:

Youtube Account Management;
Digital Content Optimization;
Monetization Strategy;
Digital Branding;
Audience Engagement

Article history:

Received 2025-04-27

Revised 2025-05-31

Accepted 2025-07-29

ABSTRACT

YouTube is one of the leading platforms for personal branding and content monetization in the digital era. However, many creative individuals and Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) actors still lack optimal strategies for managing YouTube channels professionally. This community service program aimed to enhance participants' capacities in content production, channel management, audience engagement, and monetization strategies. The program involved 15 participants, with 80% showing significant improvement in technical understanding after training. A total of 5 YouTube channels were successfully optimized based on the training materials, with view counts increasing by 2–3 times within two weeks of implementation. A digital training module titled “Basic Video Production and YouTube Content Management for Beginners” was also developed and distributed. Additionally, the program targeted non-productive communities through training on digital literacy and responsible social media usage. Overall, this initiative effectively strengthened participants' abilities to use YouTube as a platform for branding and sustainable income generation, while also supporting the advancement of technology based digital literacy.

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



Corresponding Author:

Rizaldi Rizaldi

Universitas Royal, Indonesia; rizaldipiliang.rp@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, YouTube telah menjadi salah satu platform utama untuk personal branding, pemasaran, dan monetisasi konten. Namun, banyak individu, pelaku UMKM, dan komunitas yang belum memahami strategi optimal dalam mengelola akun YouTube secara profesional. Permasalahan utama yang sering dihadapi meliputi kurangnya pemahaman tentang algoritma YouTube, pembuatan konten yang menarik, serta teknik optimasi untuk meningkatkan jumlah penonton dan subscriber. Selain itu, banyak kreator yang belum memahami cara memonetisasi kanal YouTube secara efektif melalui iklan, sponsorship, dan produk digital. (Mahiruna et al., 2024; Nugrahini & Kusumaningrum, 2024; Tukiyat et al., 2024). Sebagai solusi atas permasalahan tersebut, program

pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan dalam Optimalisasi Manajemen Akun YouTube untuk Meningkatkan Branding dan Monetisasi.

Kegiatan ini dirancang untuk membekali peserta dengan keterampilan yang mencakup strategi produksi konten, optimasi SEO YouTube, peningkatan engagement, serta metode monetisasi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan pendapatan dari platform ini. (Abdillah et al., 2025; Dzulfikar et al., 2024; Ihsan et al., 2023) Rangkaian kegiatan yang akan dilakukan mencakup Pelatihan Manajemen Akun YouTube (Pengenalan YouTube sebagai platform branding dan monetisasi, Pemahaman algoritma YouTube dan faktor yang mempengaruhi visibilitas konten, Strategi membangun personal branding melalui konten video) (Teuku Salfiadi; Elfi Zahara; Abdurrahman; Rasidah Rasidah; Safwan; Nasrullah, 2024). Teknik Produksi Konten yang Menarik dan Berkualitas (Penyusunan konsep dan storytelling yang efektif, Teknik dasar pengambilan dan pengeditan video menggunakan perangkat yang tersedia, Penggunaan elemen visual dan audio yang menarik) (Pengabdian et al., 2021; Suhandiah & Widyasari, 2021). Optimasi SEO dan Engagement meliputi penggunaan kata kunci, tag, deskripsi, dan thumbnail yang menarik, strategi meningkatkan interaksi dengan audiens melalui komentar dan komunitas YouTube, analisis performa video menggunakan YouTube analytics (Nugrahini & Kusumaningrum, 2024), dan strategi monetisasi dan pengembangan kanal (Kamal et al., 2024). Program ini melibatkan metode pembelajaran berbasis praktik dengan workshop interaktif dan pendampingan langsung terhadap peserta.

Target peserta dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaku UMKM, kreator pemula, komunitas kreatif, serta individu yang ingin mengoptimalkan penggunaan YouTube sebagai media branding dan bisnis. Target luaran dicapai dalam kegiatan ini meliputi peningkatan pemahaman peserta dalam mengelola akun YouTube secara profesional, Terbentuknya minimal 5-6 akun yang telah dioptimasi sesuai dengan strategi yang diajarkan, peningkatan engagement dan subscriber pada kanal peserta dalam waktu 2-3 bulan setelah pelatihan, modul pelatihan digital yang dapat digunakan untuk edukasi lebih lanjut. Peserta dapat memanfaatkan YouTube secara lebih efektif untuk meningkatkan eksposur, membangun komunitas, serta memperoleh pendapatan secara berkelanjutan. Dengan demikian, program ini berkontribusi dalam meningkatkan literasi digital dan daya saing ekonomi kreatif berbasis teknologi.

Kegiatan ini dilaksanakan dengan dukungan dan kolaborasi bersama mitra sasaran, yaitu Tim Kreator Kabupaten Asahan yang dikenal dengan nama "The Creator". Sebagai komunitas kreatif yang aktif dalam pengembangan konten digital, The Creator berperan sebagai fasilitator sekaligus wadah bagi para peserta dalam mengikuti pelatihan, praktik lapangan, hingga pendampingan teknis. Kehadiran mitra ini memberikan nilai tambah dalam menjembatani kebutuhan peserta dengan ekosistem kreatif lokal yang sudah berkembang.



Gambar 1. Pemaparan Materi Oleh Tim Abdimas

2. METODE

Metode pelaksanaan dalam program “Optimalisasi Manajemen Akun YouTube untuk Meningkatkan Branding dan Monetisasi” dirancang secara sistematis untuk menjawab kebutuhan individu kreatif dan kelompok masyarakat non-produktif. Kegiatan dimulai dengan identifikasi permasalahan mitra, yang kemudian dijawab melalui pelatihan dan pendampingan intensif di tiga bidang utama: produksi, manajemen kanal, dan pemasaran. Di bidang produksi, peserta dilatih teknik pengambilan gambar, pencahayaan, dan pengeditan video menggunakan aplikasi sederhana seperti CapCut dan VN. Selain itu, mereka juga mendapatkan pendampingan dalam storytelling dan penyusunan naskah video yang menarik. Di bidang manajemen, peserta dibimbing dalam mengoptimalkan kanal mereka, mulai dari pengaturan metadata (judul, deskripsi, tag, thumbnail), pembuatan elemen branding seperti banner dan logo, hingga analisis performa kanal melalui YouTube Studio.

Selanjutnya, untuk aspek pemasaran, pelatihan difokuskan pada strategi SEO, pemanfaatan algoritma YouTube. Peserta juga diajak memahami strategi peningkatan engagement, termasuk penggunaan fitur interaktif seperti Community Post dan live streaming. Di akhir sesi, peserta diberikan pemahaman mendalam tentang monetisasi digital melalui YouTube Partner Program, sponsorship, afiliasi, dan penjualan produk digital. Program ini juga menyasar masyarakat non produktif melalui edukasi literasi digital, etika bermedia sosial, dan pelatihan pembuatan konten komunitas yang berdaya guna. Setiap tahapan disertai evaluasi dan dokumentasi hasil, serta strategi keberlanjutan seperti komunitas daring, mentoring pasca-program, dan akses ke modul pembelajaran.



Gambar 2. Pengambilan Dokumentasi Saat Pelatihan Hari ke 2

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Program ini berhasil memfasilitasi peserta dalam mengelola kanal YouTube secara aktif. Dari total 15 peserta, diperoleh hasil:

Tabel 1. Kategori Channel Peserta

Kategori	Jumlah	Persentase
Peserta membuat channel baru	3	20%
Peserta mengoptimasi channel lama	5	33%
Peserta belum memulai channel	7	47%

Sebanyak 8 channel aktif teridentifikasi pasca pelatihan (53% dari peserta), dan 5 di antaranya berhasil dioptimasi dari channel lama.

Hasil pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan teknis peserta terhadap manajemen kanal YouTube:

Tabel 2. Pre Test dan Post Test Pengetahuan Peserta

Aspek yang Diukur	Rata-rata Pre test	Rata-rata Post test	Kenaikan (%)
Pengetahuan produksi video	60	85	+41.7%
Penguasaan manajemen channel	52	80	+53.8%
Pemahaman strategi monetisasi	49	78	+59.2%

Peningkatan terbesar terjadi pada aspek monetisasi, menunjukkan bahwa peserta sebelumnya kurang memahami potensi ekonomi dari YouTube.

Beberapa channel peserta menunjukkan peningkatan views dalam waktu 14 hari setelah pendampingan:

Tabel 3. Peningkatan Tayangan Konten

Nama Channel	Sebelum (views/14 hari)	Sesudah (views/14 hari)	Kenaikan (%)
Channel A	95	260	+173.7%
Channel B	110	275	+150.0%
Channel C	80	225	+181.3%

Channel-channel yang mengikuti optimalisasi konten mengalami lonjakan views sebesar 2–3 kali lipat.

Sebagai hasil nyata dari kegiatan pelatihan dan pendampingan, sejumlah produk telah dihasilkan guna mendukung tujuan utama program, yaitu peningkatan kapasitas peserta dalam pengelolaan kanal YouTube secara profesional. Produk-produk ini tidak hanya bermanfaat selama kegiatan berlangsung, tetapi juga dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh peserta maupun komunitas sekitar.

Tabel 4. Output Program

Jenis Output	Jumlah
Channel YouTube teroptimasi	5 channel
Modul pelatihan digital	1 modul
Video tutorial (YouTube & editing)	3 video
Grup pendampingan daring (WhatsApp)	1 grup aktif



Gambar 3. Foto Bersama

Pembahasan

Kegiatan pelatihan dan pendampingan bertema “Optimalisasi Manajemen Akun YouTube untuk Meningkatkan Branding dan Monetisasi” memberikan dampak yang nyata terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan teknis, dan kesadaran peserta dalam memanfaatkan platform YouTube secara strategis. Seluruh rangkaian kegiatan difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu produksi konten, manajemen kanal, dan strategi monetisasi, yang dipadukan dalam sesi workshop, praktik langsung, serta diskusi interaktif. Dari total 15 peserta, sebanyak 8 orang (53%) berhasil mengaktifkan dan mengembangkan kanal YouTube mereka selama masa pelatihan. Tiga (3) orang membuat channel baru dari nol, sementara 5 orang lainnya mengoptimasi kanal yang sudah ada. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki minat dan kesiapan untuk membangun eksistensi digital melalui YouTube, terutama setelah memahami potensi branding dan monetisasi dari platform tersebut.

Peningkatan kompetensi teknis peserta terlihat dari hasil pre-test dan post-test terhadap tiga indikator utama: produksi video, manajemen kanal, dan pemahaman monetisasi. Rata-rata nilai peserta meningkat signifikan, yakni dari 60 menjadi 85 untuk produksi video (+41,7%), dari 52 menjadi 80 untuk manajemen channel (+53,8%), dan dari 49 menjadi 78 untuk monetisasi (+59,2%). Hasil ini mencerminkan keberhasilan metode pembelajaran yang digunakan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta. Peningkatan tidak hanya terbatas pada aspek teori, tetapi juga praktik langsung yang mendorong peserta untuk membuat thumbnail menarik, menulis deskripsi yang SEO-friendly, dan menjadwalkan unggahan secara konsisten. Setelah kegiatan, performa beberapa channel juga mengalami lonjakan yang signifikan. Dalam kurun waktu 14 hari pasca pelatihan, Channel A meningkat dari 95 menjadi 260 views (+173,7%), Channel B dari 110 menjadi 275 views (+150%), dan Channel C dari 80 menjadi 225 views (+181,3%). Ini membuktikan bahwa strategi optimasi konten yang diajarkan terbukti efektif meningkatkan visibilitas dan jangkauan penonton.

Selain hasil individual, kegiatan ini juga menghasilkan sejumlah produk keluaran yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan. Beberapa di antaranya adalah 5 channel YouTube yang berhasil dioptimasi, 1 modul pelatihan digital, 3 video tutorial, 2 poster edukatif tentang monetisasi, serta 1 grup pendampingan daring yang aktif digunakan untuk diskusi dan konsultasi pasca pelatihan. Produk-produk ini tidak hanya menjadi bukti hasil kegiatan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana pendukung belajar mandiri yang berkelanjutan. Meski kegiatan ini berjalan lancar, peserta menghadapi tantangan seperti keterbatasan perangkat, minimnya pengalaman editing, dan kurang percaya diri tampil di depan kamera. Namun, melalui penggunaan aplikasi yang mudah diakses seperti CapCut, VN, dan Canva, serta pendekatan mentoring yang inklusif dan suportif, tantangan tersebut dapat diatasi dengan baik.

Secara keseluruhan, program ini memberikan pemahaman baru kepada peserta bahwa YouTube bukan sekadar platform hiburan, tetapi juga merupakan media branding yang kuat dan sumber penghasilan digital yang potensial. Terbentuknya komunitas belajar daring melalui grup WhatsApp juga memperkuat dampak kegiatan dengan mendorong interaksi, kolaborasi, dan pengembangan

kanal secara berkelanjutan. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan literasi digital dan keterampilan teknis peserta, tetapi juga berkontribusi dalam membangun ekosistem kreatif digital di tingkat komunitas yang inklusif dan produktif.

4. KESIMPULAN

Program pelatihan dan pendampingan ini berhasil meningkatkan kapasitas peserta dalam mengelola akun YouTube secara profesional, baik dari sisi teknis produksi, manajemen kanal, hingga strategi monetisasi. Dari 15 peserta, lebih dari separuh berhasil mengaktifkan dan mengoptimalkan channel YouTube mereka, menunjukkan bahwa kegiatan ini efektif dalam mendorong praktik langsung dan pemanfaatan platform digital secara produktif. Peningkatan signifikan pada hasil post-test, performa kanal (views), serta keterlibatan peserta dalam komunitas daring menunjukkan bahwa pendekatan yang diterapkan berbasis praktik, interaktif, dan berorientasi pada hasil — berjalan dengan baik. Produk-produk yang dihasilkan seperti modul digital, video tutorial, dan grup pendampingan daring juga memperkuat keberlanjutan program. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan literasi digital, kreativitas, dan potensi ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan YouTube sebagai media branding dan monetisasi yang berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih: Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan “Optimalisasi Manajemen Akun YouTube untuk Meningkatkan Branding dan Monetisasi”. Terima kasih khusus disampaikan kepada mitra sasaran yang diwadhahi oleh komunitas kreator Kab. Asahan, yaitu “The Creator”, para peserta pelatihan, dan komunitas yang telah berpartisipasi aktif selama proses pelatihan dan pendampingan. Ucapan terima kasih juga kami tujukan kepada pimpinan institusi dan seluruh tim pelaksana yang telah mendukung dengan sepenuh hati, baik dalam aspek teknis, logistik, maupun moral. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi peserta dan menjadi bagian dari upaya bersama dalam meningkatkan literasi digital serta pemberdayaan ekonomi kreatif di masyarakat.

REFERENSI

- Abdillah, R., Adkha, I., Agustin, D. P., & Alam, N. (2025). Sosialisasi Penerapan Algoritma Media Sosial Youtube untuk Menaikkan Jumlah Pengunjung Dissemination of the Implementation of YouTube Social Media Algorithms to Increase Visitor Numbers. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(1), 120–130. <https://doi.org/10.58192/karunia.v4i1.3075>
- Dzulfikar, A., Busharmaidi, B., Nuryatno, Y. J., Delyuzar, R. A., & Sari, E. R. (2024). Penerapan Digital Marketing (Instagram dan Youtube) untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Meja Kursi dari Limbah Ban. *RENATA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kita Semua*, 2(3). <https://doi.org/10.61124/1.renata.85>
- Ihsan, R., Wijayanto, A., & Nur Hidayat, I. (2023). Manajemen Produksi Konten YouTube Danang Giri Sadewa. *Jurnal Audiens*, 4(2), 331–340. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i2.37>
- Kamal, B., Fauzi, A. Z., Widiati, H., & Sya'bani, M. (2024). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE SEBAGAI SARANA BISNIS DIGITAL MARKETING. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(2), 2259. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i2.22274>
- Mahiruna, A., Riansyah, R., Yuda Ega Wardana, A., Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang, I., & Hamka, J. K. (2024). Optimalisasi Media Sosial Youtube sebagai Media Berwirausaha. *Jurnal Atma Inovasia (JAI)*, 4(5).
- Nugrahini, D., & Kusumaningrum, T. (2024). Pengelolaan Manajemen Media Sosial Instagram dan Youtube Pemerintah Kota Semarang. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 6(2), 316–324. <https://doi.org/10.33366/jkn.v%vi%i.539>
- Pengabdian, J., Masyarakat, K., 199, F., Situs, P., Sebagai, W. Y., Promosi, W., Pendapatan, D. S., Bagi, T., Desa, P., Eka, J., Dn, W., Okta, J., Wijaya, J. E., Pemanfaatan,), Web, S., Sebagai, Y., Sumber, D.,

- Tambahan, P., Pemerintah, B., ... Fordicate, M. (2021). *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT FORDICATE (INFORMATICS ENGINEERING DEDICATION)*.
- Suhandiah, S., & Widyasari, A. A. (2021). Pemanfaatan media sosial online dan strategi konten untuk meningkatkan pemasaran UMKM ESM collection. *TEKMULOGLI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 87–96. <https://doi.org/10.17509/tmg.v1i2.40058>
- Teuku Salfiadi; Elfi Zahara; Abdurrahman; Rasidah Rasidah; Safwan; Nasrullah. (2024). Pemberdayaan Mahasiswa Melalui Pemanfaatan Media Youtube Dalam Peningkatan Ketrampilan Wirausahaan. *Jeumpa*, 3(2), 9–14.
- Tukiyat, T., Makhsun, M., & Hindasyah, A. (2024). Membangun Kreativitas Melalui Pelatihan Media Sosial Youtube Bagi Pengurus Anak Cabang Gerakan Pemuda Ansor Kecamatan Setu Kota Tangerang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 1314–1321. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2977>

